

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENGAWASAN JUAL BELI DI MARKETPLACE



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
pada Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum**

Oleh:

DICKY ANJASMARA PUTRA

C100160281

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENGAWASAN JUAL BELI DI MARKETPLACE

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

DICKY ANJASMARA PUTRA

C100160281

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mutimatun Ni'ami', written over a horizontal line.

(Mutimatun Ni'ami, S. H., M.Hum.)

HALAMAN PENGESAHAN

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENGAWASAN JUAL BELI DI MARKETPLACE

OLEH
DICKY ANJASMARA PUTRA
C100160281

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, tanggal 4 Februari 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Mutimatun Ni'ami, S. H., M.Hum.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Rizka, S.Ag.,M.H.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Wardah Yuspin, S.H.,M.Kn., Ph.D
(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Dekan,



Prof. Dr. H. Khudzaifah Dimyati, S.H., M.Hum
NIK. 537/NIDN. 0727085803

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 04 Februari 2021

Penulis



DICKY ANJASMARA PUTRA

C100160281

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENGAWASAN JUAL BELI DI MARKETPLACE

Abstrak

Kelemahan dari pesatnya perkembangan di bidang perdagangan ini semakin membuka pangsa pasar dan memberi celah terhadap produk-produk impor yang masuk ke Indonesia melalui E-commerce, hal ini menjadi kesempatan bagi oknum-onknum yang tidak bertanggung jawab untuk memasarkan produknya yang tidak sesuai dengan standar dan syarat yang telah ditetapkan untuk diperdagangkan di Indoensia, hal ini tentu sangat memprihatinkan bagi konsumen dimana ketiadaan jaminan kesehatan, keamanan, dan keselamatan atas suatu produk, sebagaimana prinsip dalam Perlindungan Konsumen. Dari latar belakang tersebut penulis merumuskan masalah yaitu: Bagaimana aspek perlindungan konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam terhadap konsumen e-commerce dan Bagaimana pengawasan transaksi E-commerce dalam UU Perdagangan, UU Perlindungan Konsumen dan hukum Islam untuk menjamin terselenggaranya hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *yuridis empiris*. Jenis penelitian ini bersifat *deskriptif*. Jenis Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan metode studi lapangan dengan melakukan wawancara dan observasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis deduktif. Responden dalam penelitian ini adalah para pihak pengguna yaitu penjual dan pembeli pada aplikasi Marketplace Shopee dan Tokopedia. Terkait upaya perlindungan konsumen yang diupayakan oleh pihak Shopee dan Tokopedia belum sepenuhnya menerapkan upaya perlindungan konsumen seperti yang di amanatkan oleh UUPK, sedangkan menurut hukum Islam Shopee dan Tokopedia memenuhi unsur dalam Muamalah serta syarat dan rukun jual beli tercapai, selain itu terdapat hak Khiyar di dalamnya. Shopee dan Tokopedia belum sepenuhnya sesuai dengan Undang-undang perdagangan dan Ekonomi Islam, Shopee dan Tokopedia memiliki sertifikat keandalan berupa SSL seperti yang diamanatkan oleh Undang-undang Perdagangann dan Undang-undang ITE.

Kata kunci: mediasi, penghambat mediasi, dan tingkat keberhasilan mediasi

Abstract

The weakness of the rapid development in the trade sector is increasingly opening up market share and providing a gap for imported products that enter Indonesia through E-commerce, this is an opportunity for non-responsible individuals to market their products that are not in accordance with standards and conditions that have been set for trading in Indonesia, this is of course very concerning for consumers where there is no guarantee of health, security, and safety for a product, as the principle in Consumer Protection. From this background the authors formulate the problem, namely: How do aspects of consumer protection in the Consumer Protection Law and Islamic Law for e-commerce consumers and

How to monitor E-commerce transactions in the Trade Law, Consumer Protection Law and Islamic law to ensure the implementation of consumer rights in e-commerce transactions The approach method used in this research is a juridical empirical approach. This type of research is descriptive. Types of data used are primary data and secondary data consisting of primary legal materials and secondary legal materials. Methods of data collection using field study methods by conducting interviews and observations. The data analysis method used in this research is deductive analysis method. Respondents in this study were users, namely sellers and buyers of the Shopee and Tokopedia Marketplace applications Regarding the consumer protection efforts that Shopee and Tokopedia strive for have not fully implemented consumer protection measures as mandated by the UUPK, while according to Islamic law Shopee and Tokopedia fulfill the elements in Muamalah and the terms and conditions of buying and selling are achieved, besides that there is Khiyar's right in it. . Shopee and Tokopedia are not yet fully compliant with Islamic trade and economy laws, Shopee and Tokopedia have a reliability certificate in the form of SSL as mandated by the Trade Law and the ITE Law

Keywords: control, transaction, e-commerce, marketplace, shopee, and tokopedia

1. PENDAHULUAN

Marketplace telah mereformasi perdagangan konvensional, dimana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang semula dilakukan secara langsung menjadi interaksi tidak langsung (Latifulhayat, 2002). Model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual telah menjadi konsep utama dari platform market place yang merubah paradigma bisnis klasik. Perdagangan yang kita kenal masih menggunakan prinsip perdagangan dengan sistem klasik, dimana interaksi antara penjual dan pembeli dilakukan pertemuan secara fisik atau secara langsung, kini berubah menggunakan media internet untuk interaksi jarak jauh atau disebut dengan konsep telemarketing, dimana suatu perdagangan tidak diperlukan pertemuan secara fisik antara pembeli dan penjual (Haris, 2000).

E-commerce dapat dikategorikan sebagai jual beli modern, karena jual beli pada model ini mengadopsi Teknologi didalamnya. Pada konsep jual beli konvensional barang yang akan diperjual belikan ada secara fisik, sedangkan pada konsep E-commerce barangnya tidak ada secara fisik, melainkan secara virtual dengan disertai deskripsi dan sifat-sifatnya, selain itu pada konsep perjanjian jual beli secara elektronik antara pihak penjual dan pembeli memiliki

jarak jangkauan yang tidak hanya bersifat lokal namun dapat juga mencakup secara Global.

Seiring dengan perkembangan teknologi, terdapat sisi positif maupun sisi negatif di dalamnya, kemudahan dalam melakukan transaksi atau belanja online yang dirasakan oleh pengguna menjadi kelebihan dari perkembangan teknologi pada masa sekarang ini, namun dengan adanya kemudahan yang ditawarkan terkait pesatnya perkembangan teknologi khususnya transaksi jual beli online pengguna juga perlu berhati-hati terhadap penipuan yang dapat terjadi kapan saja lantaran pihak penjual dan pembeli tidak bertemu secara fisik/langsung, pada transaksi jual beli online para pihak yang melakukan transaksi jual beli hanya melakukan transaksi jual beli atas dasar kepercayaan dan kebutuhan, transaksi dapat berjalan dengan baik dan memperhatikan hak-hak konsumen jika pihak penjual menjaga amanah, akan tetapi jika penjual hanya mengambil keuntungan sepihak dan tidak memperhatikan hak-hak konsumen tentunya akan memberi kerugian bagi konsumen/pembeli. Oleh sebab itu para pihak harus berhati-hati ketika melakukan transaksi pada jual beli online.

Selain itu kelemahan dari pesatnya perkembangan di bidang perdagangan ini semakin membuka pangsa pasar dan mudahnya produk-produk impor yang masuk ke Indonesia melalui E-commerce, hal ini menjadi kesempatan bagi oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk memasarkan produknya yang tidak sesuai dengan standar dan syarat yang telah ditetapkan untuk diperdagangkan di Indonesia, hal ini tentu sangat memprihatinkan bagi konsumen dimana ketiadaan jaminan kesehatan, keamanan, dan keselamatan atas suatu produk, sebagaimana prinsip dalam Perlindungan Konsumen.

Kegiatan jual beli pada dasarnya telah diatur oleh syariat Islam secara tegas, baik terdapat pada dalil Al-Qur'an, Hadits, Ijma', dan juga Qiyas. Didalamnya terdapat ketentuan yang mengatur mengenai syarat-syarat, penjual, pembeli, barang yang dijual, juga tentang akad-akad jual beli yang dilarang karena menimbulkan kemudharatan di salah satu pihak.

Al-quran dan Hadist merupakan salah satu dasar hukum Islam yang mengatur mengenai jual beli, di antaranya adalah terdapat di dalam Al-Qur'an

Surat An-Nisa ayat 29 dan surat Al-baqarah ayat 275, selain terdapat didalam ayat Al-Qur'an dasar hukum islam tentang jual beli terdapat pada hadist sebagai berikut:

Hadith riwayat Abu Hurairah r.a ia berkata: *“Rasulullah saw telah melarang jual beli dengan system lempar batu dan jual beli spikulatif”*.

Jual beli selama tidak mengandung unsur ghara hukumnya halal dan muamalah adalah boleh selama tidak ada ayat dan dalil yang melarangnya

Pada dasarnya muamalah dalam islam adalah boleh jika dikukan dengan tujuan kebaikan/kemaslahatan umat. Namun jika terdapat alasan mndukung yang bersumber dari ayat dan dalil dari Al-qur'an dan Hadist yang menyebutkan kebolehan tidak selamanya menjadi kebolehan atau malah menjadi sesuatu yang dilarang. Sama halnya dengan bperdagangan yang termasuk kedalam jenis Muamalah dan diperbolehkan dalam islam. Karena hal ini sesuai dengan ajaran Al-qur'an dan As-sunnah serta kesepakatan ulama mengeneai hal ini sebagai sesuatu yang telah dipraktikan pada masa nabi SAW sampai sekarang.

Akan tetapi terdapat hal lain yang menyebabkan suatu perdgangan dianggap terlarang. Kesepakatan antar para pihak dan atas dasar suka rela / tanpa paksaan merupakan syarat utama dalam melakukan transaksi jual beli. Tetapi hal ini tidak menjadi patokan dalam islam dalam hal sah atau tidaknya suatu transaksi

Terdapat dasar hukum yang berlaku di Indonesia yang menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan baik secara konvensional maupun secara elektronik yaitu Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Pada sistem perdagangan online atau elektronik didalam UU Prdagangan dengan ketentuan bahwa setiap orang atau badan usaha yang memperdagangkan barang ataupun jasa wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. Perdagangan elektronik diatur dalam UU Perdagangan Bab VIII mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pasal 65 dan 66. Sementara untuk ketentuan lebih lanjut akan diatur dalam Peraturan Pemerintah yang hingga saat ini masih didorong penyelesaiannya. UU Perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik menjadi hal yang penting

dan dibutuhkan bagi pelaku usaha dan konsumen sebagai dasar hukum agar bijaksana dalam menjalankan usaha dengan tujuan pihak supaya konsumen mendapatkan haknya dalam melakukan transaksi, terutama pada sistem perdagangan elektronik konsumen hanya mengandalkan kepercayaan dalam melakukan transaksi jual beli elektronik. Hal ini untuk mencegah pihak atau oknum yang tidak bertanggung jawab memasarkan produknya pada perdagangan secara elektronik tanpa memperhatikan hak konsumen.

2. METODE

Metode penelitian merupakan jalan bagaimana seseorang harus bertindak ataupun cara yang didasarkan pada sistematika dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk memecahkan suatu masalah yang bersifat ilmiah (Dimiyati & Wardiono, 2008). Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *yuridis empiris*. Jenis penelitian ini bersifat *deskriptif*. Jenis Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan metode studi lapangan dengan melakukan wawancara dan observasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis deduktif. Responden dari penelitian ini adalah para pengguna yaitu pihak penjual dan pihak pembeli pada situs jual beli online pada Shopee dan Tokopedia

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Aspek Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Usus Terhadap Konsumen pada E-Commerce Shopee Dan Tokopedia

Undang undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen merupakan (UUPK) dasar hukum untuk perlindungan konsumen di Indonesia untuk hak dan kewajiban pelaku usaha diatur pada pasal 4 dan 5 UU perlindungan konsumen sedangkan hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 6 dan 7 UU perlindungan konsumen.

Shopee dan Tokopedia sebagai penyedia jasa jual beli online terbesar yang menanamkan saham di Indonesia tentu harus menaati aturan hukum yang berlaku

di Indonesia, yaitu Undang-undang Perlindungan konsumen demi terciptanya perlindungan konsumen bagi para pihak baik pelaku usaha dan konsumen, berdasarkan tujuan UUPK adalah sebagai berikut: meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri; mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa; meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen; menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Dari hasil wawancara yang telah dipaparkan oleh pengguna aplikasi Shopee dan Tokopedia baik penjual dan pembeli serta menguti pada laman resmi aplikasi tersebut telah mengupayakan perlinudngan konsumen dengan apa yang di amanatkan oleh UUPK, akan tetapi masih terdapat kendala/masalah, seperti perbedaan barang setelah sampai dengan barang barang yang ada pada katalog hal ini hampir semua dirasakan oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya masih banyak konsumen yang memilih untuk tidak mengemalikan barang tersebut karena prosesnya yang rumit, tetapi ada juga yang memilihh untuk tidak dikembalikan karena ketidaksesuaina barang tersebut masih bisa ditolelir.

Terkait hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jujur atas barang dan jasa tidak tercapai atau tidak teralisasi karena pada faktanya masih banyak terjadi masalah, namun hal tersebut bukan semat-mata kesalahan dari pihak Shopee dan Tokopedia, namun bisa saja kelalaian pihak penjual dan pembeli yang tidak memperhatikan kebijakan yang ada pada Marketplace Shopee dan Tokopedia tersebut.

Berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskas melalalui wawncara yang telah di uraikan, Shopee dan Tokopedia telah sesuia dengan pendapat Ahmad

Azhar Basyir mengenai empat bentuk muamalah yaitu segala bentuk muamalah hukumnya adalah boleh kecuali jika ada dalil yang mengharamkannya. Muamalah dilakukan atas dasar sukarela tanpa adanya paksaan, muamalah dilakukan mendatangkan manfaat dan terhindar dari mudharat, muamalah memelihara keadilan berarti bahwa segala bentuk muamalah yang mengandung unsur penindasan tidak dibenarkan (Haroen, 2007).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan pihak penjual maupun pembeli pada aplikasi Shopee dan Tokopedia telah sesuai dengan rukun jual beli yaitu, rukun yang pertama adanya penjual dan pembeli hal ini dapat dibuktikan karena Shopee dan Tokopedia merupakan bentuk jual beli yang dilakukan tidak secara langsung artinya penjual dan pembeli tidak bertemu secara fisik artinya Shopee dan Tokopedia memiliki fitur komunikasi yang dapat menghubungkan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, rukun yang kedua adanya objek jual beli melakukan transaksi, dibuktikan dengan adanya barang dan harga., rukun yang ketiga terjadinya akad dan kesepakatan antara pihak konsumen yang akan membeli produk, dengan pihak penjual yang menawarkan produk disertai dengan harga.

Ketentuan khiyar pada aplikasi Shopee dan Tokopedia dijelaskan pada kebijakan syarat dan layanan, dimana kebijakan tersebut memberikan hak bagi konsumen untuk melakukan pengembalian barang dan uang konsumen sesuai nominal pembayaran dengan catatan barang yang menjadi objek jual beli tersebut berbeda dengan apa yang diperjanjikan dalam kontrak, barang yang telah sampai rusak, dan cacat.

Kebijakan layanan yang dimiliki Shopee dan Tokopedia dapat di klasifikasikan sebagai khiyar yang diterapkan yaitu: Khiyar syarat yaitu hak bagi pembeli untuk membatalkan atau melanjutkan suatu transaksi jual beli yang terjadi pada para pihak atau masing-masing pihak pada suatu waktu tertentu. Hal ini selaras dengan kebijakan pada Shopee dan Tokopedia terkait dengan pengembalian barang dimana Shopee dan Tokopedia memberikan jangka waktu 14 hari sejak barang diterima untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai,

maka pembeli dapat mengembalikan produk/barang tersebut dalam waktu tertentu.

Khiyar Aib adalah hak bagi konsumen/pembeli untuk mengembalikan barang dikarenakan terdapat ketidak sempurnaan/cacat produk pada barang (Pambekti, 2017). Pada shopee dan Tokopedia pada kebijakannya terdapat hak bagi konsumen untuk mengembalikan barang jika terdapat ketidak sesuaian antara foto produk dengan barang yang telah di terima, maka pihak konsumen diperbolehkan untuk mengembalikan produk tersebut.

Khiyar Rukyat merupakan hak pilih bagi pembeli jika terdapat ketidak sesuaian anantara sifat-sifat barang yang telah ditentukan pada suatu transaksi, karean pada sistem E-commerce pembeli hanya mengetahui spesifikasi/sifat-sifat barangnya, pembeli tidak mengetahui barang tersebut secara langsung.

Hal tersebut membuktikan bahwa pada transaksi online terdapat hak khiyar, sehingga memberi kenyamanan dan keamanan berbelanja bagi para konsumen

3.2 Pengawasan Transaksi E-Commerce dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Perdagangan Pada Aplikasi Shopee dan Tokopedia

Pelaksanaan dan implemetntasi transaksi e-commerce harus diimbangi dengan adanya pengawasan yang tegas. Dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) sendiri fungsi pengawasan terhadap perdagangan e-commerce belum sepenuhnya diatur dengan jelas. Dalam Bab XVI Pasal 98 mengenai pengawasan di sebutkan:

- a. *Pemerintah dan Pemerintah Daerah mempunyai wewenang melakukan pengawasan terhadap kegiatan Perdagangan.*
- b. *Dalam melaksanakan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pemerintah menetapkan kebijakan pengawasan di bidang Perdagangan.*

Pada transaksi melalui e-commerce barang-barang yang berasal dari luar negeri yang tidak memiliki Standar Nasional Indonesia (SNI) bisa dengan bebas masuk ke wilayah Indonesia, hal ini menjadi celah bagi Importir untuk mensiasati standar yang ditetapkan pemerintah yaitu SNI

Sangat jelas UU perdagangan memberikan amanat tentang hal apa saja yang merupakan tugas dari pengawasan. Dalam Pasal 100 ayat (3) disebutkan: (3) Petugas Pengawas sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dalam melaksanakan kewenangannya paling sedikit melakukan pengawasan terhadap:

- a. *Perizinan di bidang Perdagangan;*
- b. *Perdagangan Barang yang diawasi, dilarang, dan/atau diatur;*
- c. *Distribusi Barang dan/atau Jasa;*
- d. *Pendaftaran Barang Produk Dalam Negeri dan asal Impor yang terkait dengan keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup;*
- e. *Pemberlakuan SNI, persyaratan teknis, atau kualifikasi secara wajib;*
- f. *Pendaftaran Gudang; dan*
- g. *Penyimpanan Barang kebutuhan pokok dan/atau Barang penting.*

Shopee dan Tokopedia memiliki ketentuan mengenai pembatasan produk yang boleh di perjual belikan, mengutip Laman resmi pada website shopee dan Tokopedia di dalamnya terdapat semacam perjanjian baku yang berisi tentang pembatasan barang yang dilarang dan boleh dijual pada aplikasi tersebut yang diperuntukan bagi pengguna aplikasi tersebut.

Terdapat tindakan tegas dari shopee dan tokopedia jika terdapat penjual yang masih nekat menjual barang yang dilarang dari aplikasi tersebut, yaitu pembekuan akun sampai pemblokiran akun.

Direktur Jenderal Standardisasi dan Perlindungan Konsumen Kemendag, mengungkapkan pengawasan tersebut akan dilakukan sesuai Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 72/M-Dag/Per/9/2015 tentang Perubahan Ketiga atas Permendag Nomor 14/M-Dag/Per/3/2007 tentang Standarisasi Jasa Bidang Perdagangan dan Pengawasan SNI Wajib Terhadap Barang dan Jasa yang Diperdagangkan.

Terkait dengan produk yang dijual secara online pada Permendag Nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 pada pasal 2 ayat (1) dijelaskan bahwa pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor barang untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri wajib mencantumkan label dalam bahasa Indonesia. Dalam Permendag tersebut disebutkan jenis barang yang diwajibkan menggunakan label bahasa Indonesia antara lain:

- a. barang elektronika keperluan rumah tangga, telekomunikasi dan informatika;
- b. barang bahan bangunan;
- c. barang keperluan kendaraan bermotor (suku cadang dan lainnya)
- d. barang tekstil dan produk tekstil
- e. barang lainnya.

Terkait dengan ketentuan label juga diatur dalam UU Perlindungan Konsumen Pasal 8 ayat (1)

Jika melihat dari kebijakan yang di berlakukan pada Marketplace Shopee dan Tokopedia terkait pembatasan barang yang dilarang dan boleh dijual pada marketplace tersebut, namun dalam pelaksanaannya tidak sesuai dengan kebijakan yang dibuat oleh pihak Shopee dan Tokopedia karena faktanya masih banyak penjual yang melanggar ketentuan pembatasan barang yang diterapkan oleh pihak Shopee dan Tokopedia, walaupun Shopee dan Tokopedia memberi sanksi bagi pihak penjual yang melanggar ketentuan pembatasan barang tersebut, namun tetap saja pada faktanya masih terdapat penjual yang masih melakukan pelanggaran.

Terkait Standarisasi Produk menurut Undang-undang Perdagangan yang mewajibkan produk tertentu yang diatur oleh Undang-undang Perdagangan untuk memiliki label Standar Nasional Indonesia, pada Marketplace Shopee dan Tokopedia masih terdapat produk yang tidak belabel SNI, artinya amanat dari Undang-undang Perdagangan tidak terealisasi dengan baik.

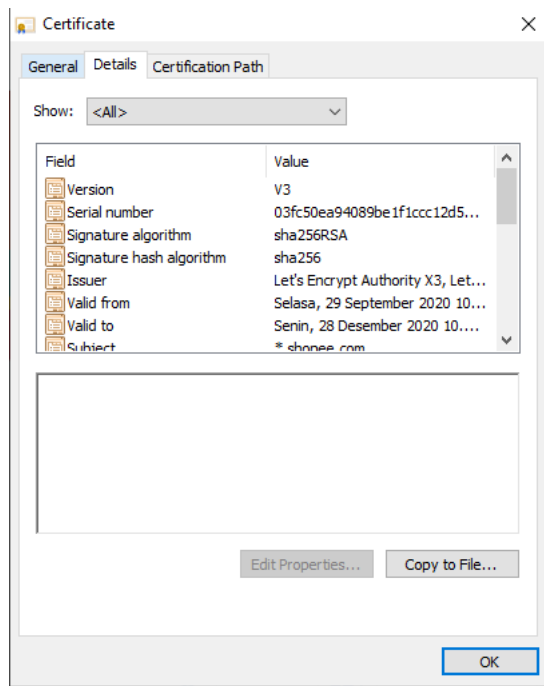
Suatu akad jual beli dapat dikatakan halal atau haram tergantung pada objek jual beli tersebut. Shopee dan Tokopedia mempunyai kebijakan terkait pembatasan produk yang dilarang pada kedua situs tersebut, sangat jelas dan rinci menyebutkan produk apa saja yang dilarang diperjual belikan pada kedua situs belanja online tersebut, pada pelaksanaannya terdapat produk haram seperti minuman mengandung alkohol dan produk makanan mengandung daging babi yang masih diperjual belikan di dalam Marketplace Shopee dan Tokopedia, artinya Marketplace Shopee dan Tokopedia tidak sepenuhnya sesuai dengan Ekonomi Islam

Pada pasal 41 Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mempertegas kembali mengenai Sertifikasi yang berbunyi

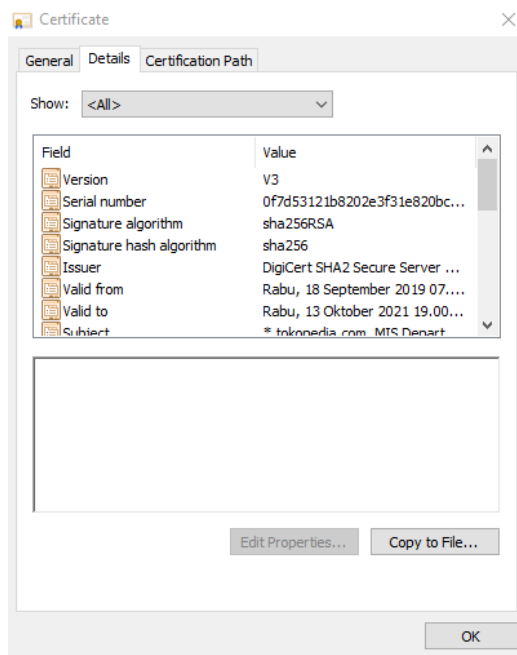
“Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik atau privat yang menggunakan Sistem Elektronik untuk kepentingan pelayanan publik wajib menggunakan Sertifikat Keandalan dan/atau Sertifikat Elektronik”

Sertifikat elektronik atau sertifikat digital yang berjenis server certificate atau sertifikat Secure Sockets Layer (SSL). Pada praktiknya sertifikat ini diberikan oleh suatu Otoritas Sertifikasi atau Certification Authority (CA). Manfaat dari penggunaan sertifikat digital ini adalah untuk melindungi/memperkuat keamanan situs web, dengan adanya server certificate/sertifikat elektronik dapat membuktikan bahwa identitas server pada web yang merupakan salah satu penggunaan sertifikat server yang bernama sertifikat SSL

Apabila melihat tampilan dari Sertifikat Elektronik yang ada pada situs web, disana terdapat bagian tanda tangan (signature) yang berwujud algoritma, bukan tanda tangan seperti umumnya yang berwujud fisik diatas kertas. Namun, berupa kode-kode huruf dan angka. Milik siapa tanda tangan tersebut? Tentunya Penanda Tangan merupakan “subjek hukum yang terasosiasikan atau terkait dengan Tanda Tangan Elektronik” (Pasal 1 angka 13 UU ITE 19/2016). Karena bicara mengenai Sertifikat untuk kepentingan usaha situs belanja online yaitu Sertifikat Server bernama Sertifikat SSL maka tanda tangan elektronik hanya digunakan di salah satu tahapan protokol untuk Sertifikat SSL, berikut tanda tangan elektronik pada Marketplace Shopee dan Tokopedia



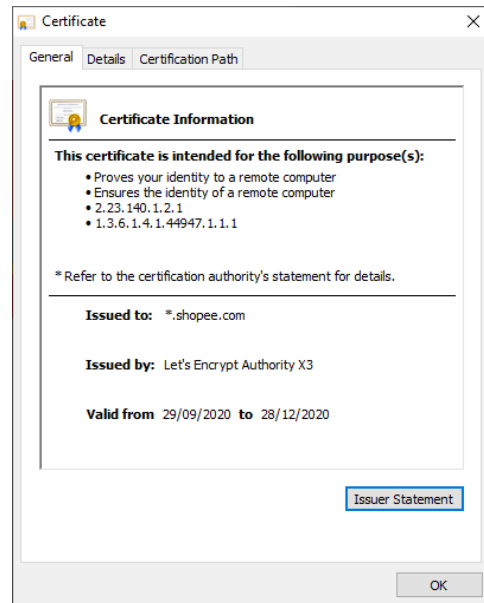
Gambar 1. Tanda tangan Elektronik pada situs Shopee



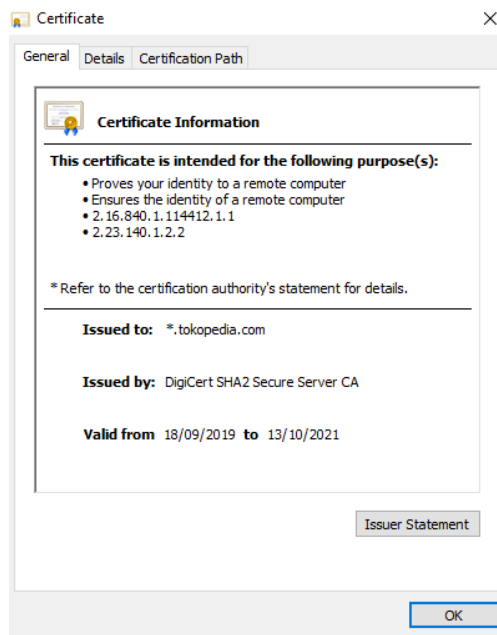
Gambar 2. Tanda tangan Elektronik pada situs Tokopedia

Sertifikat Elektronik memuat “identitas yang menunjukkan status subjek hukum para pihak dalam Transaksi Elektronik” (Pasal 1 angka 9 UU ITE 19/2016). Apabila dilihat pada tampilan sertifikat pada situs web milik penjual

maka dapat terlihat keterangan yang menunjukkan siapa PSrE atau CA yang mengeluarkan sertifikat tersebut misalnya 'Issued by: Let's Encrypt' dan kepada siapa sertifikat tersebut diberikan misalnya 'Issued to: Shopee.' Jadi, dari keterangan tersebut terlihat identitas masing-masing subjek hukum statusnya sebagai apa dalam Transaksi Elektronik tersebut.



Gambar 3. Sertifikat elektronik pada Situs Shopee



Gambar 4. Sertifikat elektronik pada situs Tokopedia

Keterangan Pada gambar 3 dan gambar 4 di atas terlihat keterangan siapa PSrE atau CA yaitu pihak yang menerbitkan Sertifikat Elektronik tersebut dengan keterangan Issued by, dan siapa pihak penerima sertifikat ditandai dengan keterangan Issued to

Dari rangkaian penjelasan diatas, gambaran Sertifikat Elektronik apabila diambil dari isi Pasal 1 angka 9 UU ITE 19/2016, pada dasarnya Shopee dan Tokopedia sudah dapat menggambarkan tampilan Sertifikat Elektronik secara umum, baik itu tampilan jenis Sertifikat Elektronik untuk kepentingan Tanda Tangan Elektronik dan tampilan jenis Sertifikat Elektronik untuk kepentingan Situs Web (Sertifikat SSL). Namun, lebih detail mengenai manfaat atau kegunaannya belum mengarahkan ke sertifikat server yang bernama Sertifikat SSL. Apabila dipandang lebih detail masih kurang menunjukkan keberadaan Sertifikat Server (sertifikat SSL) yang juga merupakan salah satu fungsi dari Sertifikat Elektronik. Karena Sertifikat Elektronik bukan hanya terkait kepentingan Tanda Tangan Elektronik untuk menandatangani Dokumen Elektronik, namun juga untuk Sertifikat Server (sertifikat SSL). Sertifikat Elektronik yang ditujukan untuk keterangan identitas diri sendiri secara pribadi yang diwakilkan dalam bentuk Tanda Tangan Elektronik (pengabsahan dokumen kerja, perusahaan) melalui tanda tangan digital bersertifikat sebagai identitas digital. Hal ini didukung melalui UU ITE dan PP PSTE yang mengatur secara detail untuk kepentingan ini. Sedangkan, untuk kepentingan identitas situs web terkait usaha yaitu sertifikat SSL hanya secara umum saja.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Shopee dan Tokopedia telah mengupayakan perlindungan konsumen yang diatur di dalam syarat dan ketentuan layanan, semua aturan jual beli dan penggunaan telah di atur pada aplikasi tersebut, upaya perlindungan konsumen pada aplikasi Shopee dan Tokopedia terfokuskan pada pengembalian barang (Retur), pengembalian dana (Refund), dan jaminan keamanan data pribadi bagi para pengguna aplikasi Shopee dan Tokopedia.

Menurut Undang-undang Perlindungan konsumen upaya perlindungan konsumen yang diterapkan oleh Shopee dan Tokopedia sebagian besar telah sesuai dengan ketentuan Undang-undang Perlindungan Konsumen, namun pada kenyataannya terkait dengan pengembalian barang dan dana banyak konsumen yang memilih untuk tidak melakukan pengembalian barang dan dana ketika dirugikan oleh penjual, dengan alasan mekanisme pengembalian barang dan dana yang rumit, padahal pada ketentuan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik telah membuat aturan yang dapat memberi kemudahan dan perlindungan pada konsumen

Pada aspek Standarisasi produk, hal ini berdampak pada upaya perlindungan konsumen, dengan adanya standarisasi produk maka keamanan dan keselamatan konsumen akan terjamin, pada Marketplace Shopee dan Tokopedia mempunyai batasan dan aturan mengenai produk mana saja yang boleh dijual pada situs Jual beli online tersebut, dan akan menerapkan sanksi bagi penjual/Merchant yang melanggar ketentuan, aturan yang dibuat Shopee dan Tokopedia terkait dengan batasan produk tunduk pada aturan Hukum yang berlaku di Indonesia yaitu Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) namun pada praktiknya masih terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh penjual yang memperdagangkan produk yang melanggar ketentuan yang dibuat oleh Shopee dan Tokopedia, dan masih terdapat produk yang tergolong tidak SNI, pada aspek standarisasi produk jika ditinjau dari hukum Islam pada kebijakan pembatasan produk yang boleh dijual pada situs Shopee dan Tokopedia tidak sepenuhnya sesuai dengan Ekonomi Islam, karena pada kenyataannya masih terdapat produk yang tergolong Haram

Pada aspek Legalitas pelaku usaha situs Shopee dan Tokopedia yang menyediakan jasa jual beli secara online telah memiliki sertifikat elektronik yang berjenis Secure Socket Layer (SSL) yang diterbitkan oleh otoritas sertifikasi yang menerbitkan sertifikat yaitu Certification Authority (CA)

4.2 Saran

Bagi pihak konsumen disarankan untuk lebih cerdas dalam melakukan transaksi jual beli secara online, disarankan untuk membaca kebijakan layanan pada

Marketplace online, selain itu untuk menghindari kesalahan dan kerugian saat melakukan transaksi, disarankan pihak konsumen untuk selalu aktif berkomunikasi atau menanyakan hal-hal yang dikira perlu untuk menghindari kerugian.

Shopee dan Tokopedia sebagai salah satu penyedia jasa jual beli terbesar di Indonesia dipandang perlu untuk terus melakukan inovasi, terutama dalam hal pengembalian barang dan dana serta mempercepat dan meringkas prosedur pengembalian dana tersebut

Pada aspek standarisasi produk, Shopee dan Tokopedia yang melakukan kegiatan usaha di wilayah yuridiksi Indonesia harus tunduk pada aturan hukum yang berlaku di Indonesia

Terkait dengan Aspek Legalitas pelaku usaha sudah sepatutnya bagi setiap pelaku usaha untuk memiliki Sertifikat keandalan, namun perlu diingat dalam pendaftaran/sertifikasi bagi pelaku usaha disarankan memiliki prosedur yang efisien sehingga dapat memberi peluang bagi start up lokal untuk lebih berkembang dan memberi kesempatan bagi setiap orang untuk menciptakan Start-up baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyati, Khuzdaifah & Wardiono, Kelik. (2008). *Metode Penelitian Hukum*. Fakultas Hukum: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Haris, Freddy. (2000). *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik di Pasar Modal*. Jakarta: TNP.
- Haroen, Nasrun. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gema Media Pustaka.
- Informatika. (2016). *Sivion-Solusi Identitas Digital Terpercaya*. <https://aptika.kominfo.go.id/index.php/artikel/134-sivion-solusi-identitas-digital-terpercaya>. Diakses pada tanggal 30 oktober 2020
- Latifulhayat, Atip. (2002). "Perlindungan Data Pribadi dalam Perdagangan Secara Elektronik (e-Commerce)", *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 18 (Maret, 2002).
- Pambekti, Galuh Tri. (2017). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Khiyar pada Jual Beli On-Line di Indonesia. *Jurnal Akses, Volume 12 Nomor 24 (2017): hlm 94*.

Peraturan Menteri Perdagangan, Permendag No 73/M-Dag/Per/9/2015 tentang
Kewajiban Pencantuman Label Dalam Bahasa Indonesia Pada Barang

Peraturan Pemerintah Tentang *Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik*,
PP No 82 Tahun, LN No 189 Tahun 2012, TLN 5348.